



**aedemo**<sup>fb</sup>  
asociación española de estudios  
de mercado, marketing y opinión



# Universidad



# No es fácil combinar captura, tratamiento de datos e informática cuando se trata de crear soluciones

Aún así, en **ODEC** lo logramos sea cual sea el tamaño y la necesidad de nuestros clientes.

## ■ Potencia en captura de información:

- Todos los canales de recogida: PAPI, CATI, CAWI
- Hasta 160 puestos de CATI y video - captura
- Capacidad para proyectos con grandes volúmenes de digitalización documental
- Depuración, codificación y validación de datos

## ■ Amplia dimensión para tratamiento de datos:

- 40 técnicos de estudios y jefes de proyecto
- Todos los servicios para tratamiento estudios de mercado: captura, explotación, salidas, presentaciones
- Software Confirmit/Bellview, Quantum, SPSS, Dimension
- Explotación de estudios de audiencia

## ■ Técnicas avanzadas en soluciones informáticas:

- 60 técnicos informáticos: consultores, analistas y programadores
- Desarrollos a medida en entornos web
- Business Intelligence (Data Warehouse, Data Mining, OLAP)
- Software para investigación de mercados y para planificación de medios (Tom Micro, Galileo)
- Outsourcing informático y de servicios



www.odec.es

construimos  
soluciones

- Captura de información
- Tratamiento de datos
- Soluciones informáticas

Edita:  
**aedemo**  
asociación española de estudios  
de mercado, marketing y opinión

Entença, 332-334, 8º, 5ª / 08029 Barcelona  
Tel. 93 363 10 50 / Fax 93 363 10 56  
aedemo@aedemo.es / www.aedemo.es

investigación & marketing

nº 111 • junio 2011

## SUMARIO

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>05</b> <b>Presentación</b><br/>Consejo Editorial</p> <p><b>06</b> <b>La interactividad de la web y la imagen del destino como determinantes del comportamiento del turista</b><br/>María del Carmen Hidalgo y María Sicilia</p> <p><b>14</b> <b>Perfil del consumidor socialmente responsable desde la auto-imagen, los criterios de compra y el valor percibido. Un análisis exploratorio</b><br/>Carmen Berné, Marta Pedraja y Pilar Ramo</p> <p><b>20</b> <b>Estimación de la probabilidad de compra integrando los modelos Adstock y Logit</b><br/>José Luis León</p> <p><b>24</b> <b>Comportamiento financiero de los inmigrantes</b><br/>Aneliya Toteva y Teodoro Luque</p> <p><b>30</b> <b>Factores más relevantes para las empresas que asisten como expositoras a ferias dirigidas al consumidor final</b><br/>Ainhoa R. Oromendía, Ramón Rufin y Mª Dolores Reina</p> <p><b>34</b> <b>Planificación de marketing en el proceso de internacionalización</b><br/>Manuel Sánchez, Antonia Mª Estrella, David Jiménez y José Luis Ruiz</p> | <p><b>40</b> <b>La práctica de la teoría: aplicaciones profesionales de los estudios en comunicación</b><br/>Matilde Fernández-Cid</p> <p><b>44</b> <b>Posicionamiento estratégico en destinos enoturísticos: una aplicación a cuatro denominaciones de origen españolas</b><br/>Mar Gómez</p> <p><b>52</b> <b>Relato y análisis del Congreso ESOMAR sobre la investigación online</b><br/>José Luis Álvarez</p> <p><b>66</b> <b>¿Qué aporta la neurociencia a la investigación de mercados?</b><br/>David Penn</p> |
|--|---|

## OPINIÓN

- |   |
|---|
| <p><b>69</b> <b>Estamos perdiendo el tiempo</b><br/>Tomás Camarero</p> <p><b>70</b> <b>El "campo" de la "Investigación"</b><br/>José María Cuende</p> <p><b>72</b> <b>Neurociencias y comunicación: algunas conexiones</b><br/>Marcel Cirera</p> <p><b>74</b> <b>"... No lo entenderás por más que te lo explique"</b><br/>Andrés G. Llamas</p> |
|---|

## staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez jibanez@aedemo.es ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, associate director en Millward Brown ● **Vocal de Publicaciones:** Ricardo Cuéllar, MetrixLab España Managing Consultant ● **Consejo Editorial:** Miguel Cervantes, profesor de Marketing e ITM de la Universidad de León / Pedro Chasco, director del área de Economía Espacial del Instituto Klein (UAM) / Juan Pedro Galiano, jefe de gabinete de Responsabilidad Social y Marca de Adif / Mónica Gómez, profesora titular de la UAM / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Matilde Fernández-Cid, profesora del C.U. Cardenal Cisneros, U.C.M. / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Rosana Urosa, directora de Desarrollo Comercial de Telefónica / Ángel Alloza, director general de Corporate Excellence-Ct. for Reputation Leadership ● **Sección Libros:** Bernabé Sarabia, catedrático de Sociología de la Universidad Pública de Navarra / Juan J. Mesa de la Peña ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez maite.mendez@gmail.com ● **Publicidad:** Sonia Jordá aedemo@aedemo.es Tel. 93 363 10 50 ● **Secretaría Aedemo:** M.ª Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 aedemo@aedemo.es ● **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea ideas@nicandwill.com ● **Impresión:** Gráficas Iglesias Impresores / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / iglesias@agd.es

**Depósito Legal:** M-35944-1979 • ISSN: 1131-6144 • Incluida en el índice de revistas de prestigio científico reconocido, OM de 2-12-94, BOE 289 y la Resolución Ministerial de 6-11-96, BOE 280, elaborado por CENAI para el área de Ciencias Económicas y Empresariales. **EJEMPLAR GRATUITO.**